

**KONSISTENSI ATRIBUT KARAKTER DESAIN  
DALAM MEMBENTUK IDENTITAS  
MEREK PRODUK SKUTER VESPA**



**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN PRODUK  
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2022**

**KONSISTENSI ATRIBUT KARAKTER DESAIN  
DALAM MEMBENTUK IDENTITAS  
MEREK PRODUK SKUTER VESPA**

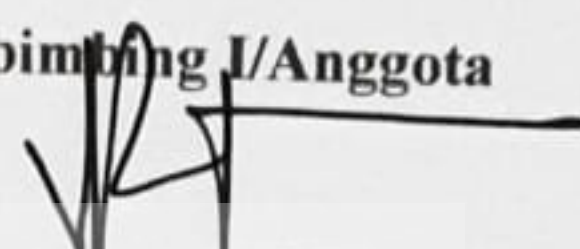


Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta Sebagai  
Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang  
Desain Produk  
2022


## LEMBAR PENGESAHAN

**KONSISTENSI ATRIBUT KARAKTER DESAIN DALAM MEMBENTUK IDENTITAS MEREK PRODUK SKUTER VESPA** diajukan oleh Bunga Calystasia NIM 1710084027, Program Studi S-1 Desain Produk, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90231), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 13 Januari 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima,

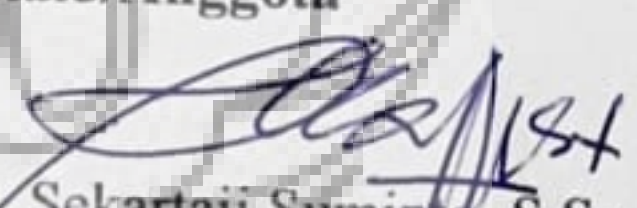
### Pembimbing I/Anggota

  
Dr. Rahmawan Dwi Prasetya, S.Sn., M.Si.  
NIP. 19690512 199903 1 001


### Pembimbing II/Anggota

  
Endro Tri Susanto, S.Sn., M.Sn.  
NIP. 19640921 199403 1 001  
NIDN 0021096402

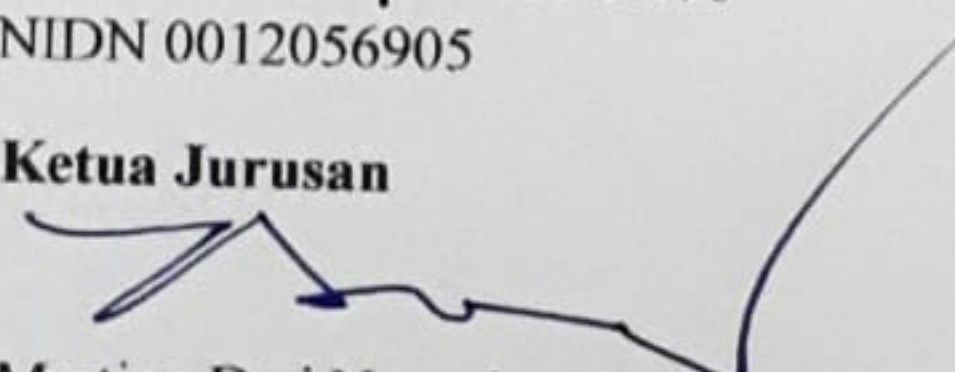
### Cognate/Anggota

  
R. A. Sekartaji Suminto, S.Sn., M.Sn.  
NIP. 19680711 199802 2 001  
NIDN 0011076810

### Ketua Program Studi/Ketua/Anggota

  
Dr. Rahmawan Dwi Prasetya, S.Sn., M.Si.  
NIP. 19690512 199903 1 001  
NIDN 0012056905

### Ketua Jurusan

  
Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.  
NIP. 19770315 200212 1 005  
NIDN 0015037702

Mengetahui,

Dekan Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

  
Dr. Pribadi Raharjo, M.Hum.  
NIP. 19691108 199303 1 001  
NIDN 0008116906



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya ini saya persembahkan untuk :  
Kedua Orangtua saya, Drs. R. Isnardono Sapto Baskoro dan Nurani Prasetyowati;  
Serta saudara saya, Nadia Octasia dan Risca Naquitasia  
yang selalu mendukung dan memotivasi penulis  
agar Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

Segala doa dan kasih sayang Allah SWT semoga merahmati kalian,  
Aaamiin



## MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

-Allah. SWT-

(Q. S. Al-Insyirah: 5-6)

“You have gone through harder things and THRIVED.”

-Maudy Ayunda-



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan anugerahnya, yang telah memberikan petunjuk, kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **KONSISTENSI ATRIBUT KARAKTER DESAIN DALAM MEMBENTUK IDENTITAS MEREK PRODUK SKUTER VESPA** ini dapat diselesaikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1) pada Program Studi Desain Produk Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Diharapkan pengkajian ini dapat digunakan sebagai pedoman bagi pengkajian selanjutnya, meskipun penulis menyadari bahwa pengkajian ini masih jauh dari sempurna dan masih terdapat kekurangan di dalamnya. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik serta saran dari pembaca, agar pengkajian ini nantinya dapat dikembangkan lebih baik lagi. Penulis memohon maaf apabila masih terdapat banyak kesalahan pada pengkajian ini dan mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam terlaksananya tugas akhir.

Demikian, semoga pengkajian ini bermanfaat. Terima kasih.

Yogyakarta, 13 Januari 2022

Bunga Calystasia

## UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang secara langsung maupun tidak langsung turut membantu, mendorong, dan mendoakan penulis selama masa kuliah hingga saat diselesaikannya Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

1. Allah SWT, yang tidak henti-hentinya selalu memberikan jalan keluar pada setiap permasalahan dan kesehatan lahir dan batin terutama selama pengerjaan Tugas Akhir ini.
2. Rasulullah yang telah membawa manusia dari zaman kegelapan ke zaman terang menerang sehingga membuat kehidupan manusia menjadi lebih baik lagi.
3. Orangtua saya, Drs. R. Isnardono Sapto Baskoro dan Nurani Prasetiyowati, yang telah memberikan dorongan, dukungan, doa, kasih sayang, nasihat, dan pengorbanan yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis.
4. Bapak Dr. Rahmawan Dwi Prasetya, S.Sn., M.Si. dan Bapak Endro Tri Susanto, S.Sn., M.Sn. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang selama ini telah memberikan waktu, tenaga, dan juga pikiran sehingga Tugas Akhir saya dapat terselesaikan.
5. Bapak Nor Jayadi, S.Sn., M.A. dan Ibu R.A. Sekartaji Suminto, S.Sn., M.Sn. yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama masa perkuliahan di Program Studi Desain Produk Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
6. Bapak Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum. selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
7. Bapak Dr. Timbul Raharjo, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen, pegawai, dan staf Program Studi Desain Produk Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
9. Pak Udin dan Mas Nuri yang senantiasa memberikan informasi terkini dan bantuan kepada penulis dalam banyak bentuk.

10. Pak Yoga, Mas Erwin, Mas Mamad dan teman-teman Komunitas Vespa *Smallframe* Yogyakarta yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk berbagi ilmu dan pengetahuannya seputar Vespa.
11. Mbak Ayu Maharani Kusumaningrum selaku Direktur Utama Dealer Piaggio Vespa Kharisma Yogyakarta serta para staff yang telah berkenan memberikan kesempatan untuk penulis melakukan wawancara.
12. Saudara saya, Nadia Octasia, S.Ak. dan Risca Naquitasia yang telah membantu dan memberi semangat kepada penulis.
13. Bagus Akhsan Dirgayusa yang tiada henti mendukung hal baik yang penulis lakukan, senantiasa memberikan bantuan dan waktunya, serta selalu memotivasi penulis agar dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
14. Sahabat-sahabat tercinta, Rosalina, Hilda Ummul Latifa, Salsabillah, Nadia Ailsa Noviana dan Rani Lauriencia yang sudah membantu dan mendukung penyusunan Tugas Akhir ini.
15. Teman-teman angkatan 2017 Program Studi Desain Produk ISI Yogyakarta, Yoti Zenita Arjasa, Ramio Ulfriona, Assyfa dan seluruhnya yang sudah memperjuangkan Tugas Akhir ini bersama-sama.
16. Kakak-kakak saya, Ayu Indriani, Aldo Setyatama dan Afyah Cahyani yang telah memberikan motivasi dan nasihat yang tiada henti kepada penulis.
17. Oket, Miki, Temi, Chio, Puma, Panther, Mail, dan Simba yang selalu memberikan energi positif kepada penulis hingga bisa sampai di tahap ini.
18. Pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, diperlukan kritik dan saran guna menyempurnakan Tugas Akhir ini.

Yogyakarta, 13 Januari 2022

Bunga Calystasia



## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir Pengkajian berjudul: **KONSISTENSI ATRIBUT KARAKTER DESAIN DALAM MEMBENTUK IDENTITAS MEREK PRODUK SKUTER VESPA** adalah sebuah karya tulis ilmiah yang didasarkan pada penelitian yang telah dilakukan oleh penulis. Pengkajian ini adalah asli karya penulis dan dengan cara pengutipan yang sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku.



Yogyakarta, 13 Januari 2022

Bunga Calystasia

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir Pengkajian berjudul: **KONSISTENSI ATRIBUT KARAKTER DESAIN DALAM MEMBENTUK IDENTITAS MEREK PRODUK SKUTER VESPA** diberikan persetujuan untuk dipublikasikan sebagai karya ilmiah.

Yogyakarta, 13 Januari 2022



Bunga Calystasia

## ABSTRAK

### **KONSISTENSI ATRIBUT KARAKTER DESAIN DALAM MEMBENTUK IDENTITAS MEREK PRODUK SKUTER VESPA**

**Oleh:**

**BUNGA CALYSTASIA**

**NIM: 1710084027**

**Program Studi Desain Produk, Institut Seni Indonesia Yogyakarta**

Identitas dan ciri khas pada suatu produk, erat kaitannya dengan desain sebuah produk itu sendiri. Identitas sebuah produk dan merek menjadi penting dalam persaingan produk yang semakin ketat di era modern ini. Persaingan dalam dunia industri ini menuntut untuk dapat lebih peka dalam mencari strategi yang tepat agar eksistensi produk tidak tereliminasi pasar. Identitas desain menjadi salah satu unsur yang dapat dijadikan alat kompetitif yang efektif dalam menghadapi persaingan produk tersebut. Penciptaan desain sebuah produk dengan karakter tertentu mampu mendorong produk tersebut memiliki identitas tersendiri yang membedakannya dari produk yang lain. Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui secara empiris adanya konsistensi pada karakter desain yang menjadi identitas merek produk skuter Vespa. Adapun metode yang digunakan ialah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang dilakukan dengan observasi, wawancara, kuesioner, dan studi literatur. Dalam penelitian ini, data diperoleh dan dianalisis secara detail tiap atribut karakter desain skuter Vespa di Yogyakarta dari tahun ke tahun. Hasil penelitian membuktikan bahwa skuter Vespa di Yogyakarta mempunyai atribut karakter desain yang konsisten dari tahun ke tahun. Skuter Vespa sendiri senantiasa mempertahankan rangka utamanya (*main frame*) dengan bentuk yang hampir sama dan hanya mengalami beberapa perubahan pada atribut desain lainnya. Bentuk rangka utama yang konsisten tersebut menjadi identitas skuter Vespa karena terus dipertahankan hingga sekarang. Dengan begitu, masyarakat awam pun dengan mudah mengenali skuter Vespa.

**Kata kunci :** Atribut, karakter desain, identitas, merek

## **ABSTRACT**

### **CONSISTENCY OF DESIGN CHARACTER ATTRIBUTES IN CREATING A BRAND IDENTITY OF VESPA SCOOTERS**

**By:**

**BUNGA CALYSTASIA**

**NIM: 1710084027**

***Product Design Department, Indonesia Institute of The Arts Yogyakarta***

*The identity and characteristics of a product are closely related to the product itself. The identity and brand of a product becomes a key because of the intense product competition in this modern era. Competition in this industrial world demands to be more sensitive in finding the right strategy so that the existence of the product is not eliminated by the market. Design identity is one of the elements that can be used as an effective competitive tool in dealing with product competition. The creation of product designs with a character, is able to make the product have its own identity that designate from other products. This study aims to find out empirically the existence of consistency in the design character that becomes the brand identity of Vespa scooter products in Yogyakarta. The method used is qualitative method with case study approach implemented by interviews, questionnaires, and literature studies. In this study, data were obtained and analyzed in detail for each character attribute of the Vespa scooter design in Yogyakarta from year to year. The results of the study prove that Vespa scooters in Yogyakarta have consistent design character attributes from year to year. The Vespa scooter itself has always maintained its main frame with almost the same shape and only underwent a few changes to other design attributes. The consistent shape of the main frame is the identity of the Vespa scooter that has always been maintained until now. So therefore, the community easily recognize Vespa scooters.*

***Keywords :*** *Attributes, design character, identity, brand*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>KATA PEGANTAR</b> .....	vi
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA</b> .....	vii
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Hipotesis Penelitian.....	4
E. Tujuan dan Manfaat.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
A. Penelitian Terdahulu .....	6
B. Landasan Teori .....	10
1. Tinjauan mengenai Skuter.....	10
2. Tinjauan mengenai Vespa .....	11
3. Tinjauan mengenai Konsistensi .....	26
4. Tinjauan mengenai Bentuk .....	27
5. Atribut Karakter Desain .....	29
6. Identitas Merek Produk.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	37



A. Metode Penelitian .....	37
1. Metode Kualitatif .....	37
B. Tahapan Peneleitian.....	40
C. Metode Pengumpulan Data.....	40
1. Data Primer .....	41
2. Data Sekunder .....	42
D. Objek Penelitian.....	42
E. Lokasi Penelitian.....	42
F. Informan Penelitian.....	42
G. Analisis Data.....	43
H. Validitas dan Reliabilitas .....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
A. Hasil Penelitian.....	46
1. Wawancara.....	46
2. Kuesioner .....	85
B. Pembahasan .....	104
1. Atribut Karakter Desain Skuter Vespa.....	104
2. Pengujian Hipotesis melalui Kuesioner .....	116
3. Perbedaan Karakter Desain Skuter Vespa dengan Skuter Merek Lain....	118
A. Kesimpulan.....	122
B. Saran .....	122
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>124</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>127</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Piaggio MP5 Paperino Tahun 1944 .....	12
Gambar 2. 2 Tawon Asia “Vespa Veluntina” .....	13
Gambar 2. 3 Vespa MP6 Prototype Tahun 1945 .....	13
Gambar 2. 4 Vespa 98 Tahun 1946.....	15
Gambar 2. 5 Vespa 125 U Tahun 1953.....	15
Gambar 2. 6 Vespa 150 Tahun 1956.....	16
Gambar 2. 7 Vespa 50 Special Tahun 1973 .....	16
Gambar 2. 8 Vespa P125X Tahun 1978 .....	16
Gambar 2. 9 Vespa ET2/ET4 Tahun 1996.....	17
Gambar 2. 10 Vespa LX Tahun 2011 .....	17
Gambar 2. 11 Vespa GTS Tahun 2012.....	17
Gambar 2. 12 Vespa Primavera Tahun 2013 .....	18
Gambar 2. 13 Vespa Sprint Tahun 2021.....	18
Gambar 2. 14 Vespa 98 Corsa Circuito Tahun 1947 .....	22
Gambar 2. 15 Vespa 125 Corsa “Alloy Frame” Tahun 1949 .....	23
Gambar 2. 16 Vespa Circuito 125Tahun 1949.....	23
Gambar 2. 17 Vespa 150 T.A.P Tahun 1956.....	23
Gambar 2. 18 Perbedaan Vespa <i>Small Frame</i> dan <i>Large Frame</i> .....	24
Gambar 2. 19 Vespa Congo Tahun 1963 .....	26
Gambar 2. 20 Contoh Gambar Teori Gestalt: <i>Closure</i> “Segitiga” .....	28
Gambar 2. 21 Contoh Gambar Teori Gestalt: <i>Closure</i> “Bola” .....	28
Gambar 2. 22 Contoh Gambar Teori Gestalt: <i>Figure Ground</i> .....	28
Gambar 2. 23 Atribut Desain Skuter Vespa Menurut Erwin Alsyanto.....	31
Gambar 2. 24 Atribut Desain Skuter Vespa Menurut Ahmat Sofyan.....	31
Gambar 3. 1 Bagan Tahapan Penelitian .....	40
Gambar 4. 1 Vespa VNB Tahun 1961 .....	79
Gambar 4. 2 Vespa VBB Tahun 1963 .....	80
Gambar 4. 3 Vespa Super Tahun 1970 .....	80
Gambar 4. 4 Vespa Sprint Tahun 1971 .....	80
Gambar 4. 5 Vespa Special 90 Tahun 1977 .....	81

Gambar 4. 6 Vespa PX 125 Tahun 1978 .....	81
Gambar 4. 7 Vespa PTS 100 Tahun 1980.....	81
Gambar 4. 8 Vespa PK 125 Tahun 1985 .....	82
Gambar 4. 9 Vespa ET4 Tahun 1996.....	82
Gambar 4. 10 Vespa LX Tahun 2005 .....	83
Gambar 4. 11 Vespa GTS Tahun 2008 .....	83
Gambar 4. 12 Vespa Sprint Tahun 2013.....	84
Gambar 4. 13 Vespa Primavera Tahun 2020 .....	84
Gambar 4. 14 Kuesioner melalui Google Form Profil Responden 1 .....	87
Gambar 4. 15 Kuesioner melalui Google Form Profil Responden 2.....	88
Gambar 4. 16 Kuesioner melalui Google Form Atribut Desain 1 .....	89
Gambar 4. 17 Kuesioner melalui Google Form Atribut Desain 2 .....	90
Gambar 4. 18 Kuesioner melalui Google Form Atribut Desain 2 .....	91
Gambar 4. 19 Kuesioner melalui Google Form Atribut Desain 2 .....	92
Gambar 4. 20 Kuesioner melalui Google Form Atribut Desain 2 .....	93
Gambar 4. 21 Hasil Kuesioner mengenai Usia Responden .....	93
Gambar 4. 22 Hasil Kuesioner mengenai Jenis Kelamin Responden.....	94
Gambar 4. 23 Hasil Kuesioner mengenai Pekerjaan Responden.....	94
Gambar 4. 24 Siluet Skuter Vespa Modern Tampak Samping 1 .....	95
Gambar 4. 25 Hasil Kuesioner mengenai Pertanyaan 1.....	95
Gambar 4. 26 Siluet Skuter Vespa Klasik Tampak Samping 1 .....	96
Gambar 4. 27 Hasil Kuesioner mengenai Pertanyaan 2.....	96
Gambar 4. 28 Siluet Skuter Vespa Klasik Tampak Depan 1 .....	96
Gambar 4. 29 Hasil Kuesioner mengenai Pertanyaan 3.....	97
Gambar 4. 30 Siluet Rangka Utama Skuter Vespa Klasik Tampak Samping 2 ...	97
Gambar 4. 31 Hasil Kuesioner mengenai Pertanyaan 4.....	97
Gambar 4. 32 Siluet Skuter Vespa Klasik Tampak Depan 1 .....	98
Gambar 4. 33 Hasil Kuesioner mengenai Pertanyaan 5.....	98
Gambar 4. 34 Siluet Rangka Utama Skuter Vespa Modern Tampak Samping 1 .	99
Gambar 4. 35 Hasil Kuesioner mengenai Pertanyaan 6.....	99
Gambar 4. 36 Siluet Skuter Vespa Klasik Tampak Depan 2 .....	99
Gambar 4. 37 Hasil Kuesioner mengenai Pertanyaan 7.....	100

Gambar 4. 38 Siluet Rangka Utama Skuter Vespa Klasik Tampak Samping 1 .	100
Gambar 4. 39 Hasil Kuesioner mengenai Pertanyaan 8.....	100
Gambar 4. 40 Siluet Skuter Vespa Klasik Tampak Belakang 2 .....	101
Gambar 4. 41 Hasil Kuesioner mengenai Pertanyaan 9.....	101
Gambar 4. 42 Siluet Rangka Utama Honda Scopy Tampak Samping.....	102
Gambar 4. 43 Hasil Kuesioner mengenai Pertanyaan 10.....	102
Gambar 4. 44 Siluet Skuter Vespa Modern Tampak Samping Utuh .....	102
Gambar 4. 45 Hasil Kuesioner mengenai Pertanyaan 11.....	103
Gambar 4. 46 Siluet Rangka Utama Skuter Vespa Modern Tampak Samping 2	103
Gambar 4. 47 Hasil Kuesioner mengenai Pertanyaan 12.....	103
Gambar 4. 48 Perbandingan Rangka Utama Vespa Klasik dan Modern .....	109
Gambar 4. 49 Vespa PK 125 atau Vespa Corsa.....	110
Gambar 4. 50 Hasil Kuesioner Tampak Samping Vespa Klasik .....	116
Gambar 4. 51 Hasil Kuesioner Tampak Samping Vespa Modern .....	117
Gambar 4. 52 Hasil Kuesioner Tampak Belakang Vespa Klasik .....	117
Gambar 4. 53 Hasil Kuesioner Tampak Depan Vespa Klasik .....	117
Gambar 4. 54 Skuter Lambretta .....	119
Gambar 4. 55 Perbedaan Bentuk Skuter Vespa dan Lambretta .....	120

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	6
Tabel 2. 2 Perkembangan Jenis Vespa .....	13
Tabel 2. 3 Perkembangan Jenis Vespa Khusus .....	22
Tabel 3. 1 Informan Penelitian .....	43
Tabel 4. 1 Hasil Wawancara Narasumber 1 .....	46
Tabel 4. 2 Hasil Wawancara Narasumber 2 .....	55
Tabel 4. 3 Hasil Wawancara Narasumber 3 .....	69
Tabel 4. 4 Hasil Wawancara Narasumber 4 .....	77
Tabel 4. 5 Varian Skuter Vespa di Yogyakarta .....	79
Tabel 4. 6 Gambaran Umum Perubahan Atribut Karakter Desain Vespa .....	105
Tabel 4. 7 Tingkat Konsistensi Atribut Karakter Desain Vespa .....	115





## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1.</b> Lembar Konsultasi Dosen Pembimbing 1 .....	128
<b>Lampiran 2.</b> Lembar Konsultasi Dosen Pembimbing 2 .....	131
<b>Lampiran 3.</b> Surat Izin Penelitian.....	134
<b>Lampiran 4.</b> Dokumentasi Wawancara .....	135
<b>Lampiran 5.</b> Biodata Pengkaji .....	137



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Merek adalah komponen penting bagi suatu bisnis. Merek merupakan nama maupun simbol yang bersifat membedakan, baik berupa logo atau simbol maupun cap atau kemasan, yang bertujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang penjual ataupun kelompok penjual (Aaker, 1996 dalam Ranto 2016). Selain itu, menurut Kotler dan Keller (2012) dalam Efit dkk (2019) pada Asosiasi Pemasaran Amerika menyatakan bahwa merek didefinisikan sebagai nama, istilah, tanda, simbol atau rancangan atau kombinasi dari semuanya yang bertujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa penjual atau kelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk atau jasa pesaing. Kedua pengertian merek tersebut dapat disimpulkan bahwa merek tidak hanya sebatas logo, simbol, ataupun nama, tetapi juga memiliki makna dan maksud tertentu dalam kaitannya pada identitas produk maupun perusahaan.

Merek memiliki peranan yang cukup penting pada sebuah produk. Bagi sebuah produk, merek digunakan sebagai identitas produk itu sendiri yang dapat membedakannya dari produk yang lain. Merek dapat menggambarkan kesan tertentu bagi produk yang satu dengan yang lain sesuai dengan identitas yang dibangun oleh perusahaan itu sendiri. Hal ini tentu sangat berpengaruh didalam persaingan produk yang semakin ketat belakangan ini. Merek menjadi unsur yang sangat penting mengingat citra merek merupakan aspek yang dijadikan tampilan utama bagi perusahaan guna memenangkan persaingan pasar.

Di era modern ini, persaingan dalam dunia industri menuntut untuk dapat lebih peka dalam mencari strategi yang tepat agar eksistensi produk tidak tereliminasi pasar. Ciri khas dan identitas menjadi unsur yang dapat dijadikan alat kompetitif yang efektif dalam menghadapi persaingan produk tersebut. Ciri khas sebuah produk merupakan karakter dari produk itu sendiri yang dikembangkan dan dijaga sebagai identitas bagi merek suatu produk maupun perusahaan. Penciptaan produk yang mempunyai ciri khas ataupun karakter

tertentu dapat mendorong peningkatan citra merek yang lebih menarik sehingga dapat diterima oleh pasar.

Di dalam perkembangannya, merek seringkali dikaitkan dengan kualitas atau reputasi sebuah produk. Hal ini menciptakan adanya persepsi tertentu dari sudut pandang konsumen yang disebut dengan *brand image*. Fenomena tersebut menjadi salah satu faktor pendorong bagi perusahaan untuk semakin inovatif dalam mengembangkan identitas produknya terutama dalam menciptakan produk yang mempunyai karakter namun juga memiliki kualitas yang baik. Semakin berkarakter dan berkualitas produk yang dihasilkan, maka reputasi produk tersebut juga akan meningkat. Dengan demikian, sebuah merek juga akan mempunyai nilai yang lebih dan berimplikasi pada meningkatnya harga jual produk tersebut.

Dalam menciptakan identitas pada suatu merek produk, konsistensi pada karakter desain suatu produk menjadi aspek utama. Menurut Krippendorf (2005) pada dasarnya konsistensi sudah melekat didalam definisi dari usulan gagasan konsep dan dapat diidentifikasi dari pengaplikasian varian produknya. Karakter atau ciri khas dapat menjadi tanda pengenal bagi suatu merek yang perlu dipelihara bagi tiap produk yang dihasilkan. Konsistensi ini yang akan memudahkan konsumen dalam membedakan produk yang satu dengan produk pesaing yang sejenis. Setyanto dkk (2017) mengemukakan bahwa terkadang secara spontan, konsumen akan membeli merek tertentu tanpa berpikir panjang karena tertarik akan citra dan kualitas produk yang sudah melekat pada merek tersebut.

Konsistensi karakter atribut di bidang desain dapat berupa bentuk, tekstur dan warna yang digunakan dalam sebuah produk. Atribut desain yang baik dalam sebuah produk menjadi penting guna menarik konsumen. Selain itu juga dapat menjadi karakter dan ciri khas pada suatu merek apabila atribut desain diaplikasikan secara berkelanjutan. Oleh karena itu, konsistensi pada atribut desain merupakan unsur yang tidak bisa dikesampingkan dalam suatu merek. Konsistensi atribut desain dapat mencerminkan nilai dari citra merek itu sendiri.

Pada penelitian ini, objek penelitian yang digunakan ialah skuter merek Vespa. Vespa merupakan merek sepeda motor berjenis skuter yang berasal dari

Italia. Vespa berada dibawah naungan perusahaan induk bernama Piaggio. Pada tahun 1884, Rinaldo Piaggio mendirikan perusahaan yang memproduksi peralatan kapal, rel kereta, gerbong kereta, *body* truk, dan mesin kereta api. Perusahaan yang diberi nama “Piaggio” ini juga memproduksi pesawat terbang dan kapal laut saat perang dunia pertama. Pada perang dunia kedua, pabrik Piaggio hancur akibat adanya bom dari sekutu. Piaggio mulai memutuskan untuk memproduksi alat transportasi yang terjangkau bagi rakyat guna menyesuaikan situasi ekonomi Italia yang memburuk kala itu akibat perang. Proses pembuatan desain Vespa, Piaggio melibatkan seorang ahli desain pesawat bernama Corradino D’Ascanio. Ia memiliki konsep desain sepeda motor yang membuat penggunanya merasakan duduk di kursi ruang tengah keluarga. Konsep desain tersebut menghasilkan bentuk khas Vespa yang dikenal hingga saat ini memiliki bentuk seperti tawon. Vespa sendiri juga memiliki arti dalam bahasa Italia yang berarti “tawon”. Seiring dengan berjalannya waktu, bentuk Vespa mengalami banyak perubahan pada atribut desainnya namun tetap memiliki ciri khas desain yang mudah dikenali oleh konsumen. Hingga kini, skuter Vespa tidak hanya digemari oleh orang tua, tetapi juga banyak digemari di kalangan anak muda. Bahkan banyak membentuk komunitas pengguna Vespa yang tersebar di Indonesia.

Berdasarkan penelitian oleh Tristiyono dkk (2019) yang menganalisis karakter desain (*design cue*) pada sepatu merek Converse dalam kaitannya menentukan ciri khas sebuah merek produk, didapatkan hasil riset yang meliputi bentuk *Toe*, desain *soles*, dan logo merupakan atribut desain dengan ciri khas yang kuat dari Converse. Selain itu, warna *basic* dan material kanvas juga menjadi ciri khas sepatu Converse karena konsistensinya yang melekat pada tiap seri sepatu Converse. Dari adanya konsistensi pada atribut desain tersebut, maka menunjukkan bahwa Converse mampu menyampaikan pesan pada konsumen melalui program pemasarannya. Oleh karena itu, keputusan pembelian konsumen terhadap sepatu Converse secara langsung maupun tidak langsung dipengaruhi oleh *brand identity* yang telah dibangun oleh Converse melalui konsistensi tersebut.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Atribut karakter desain apa saja yang secara kuat menentukan identitas skuter Vespa?
2. Bagaimana atribut karakter desain tersebut membentuk identitas skuter Vespa?

## **C. Batasan Masalah**

Batasan masalah yang diterapkan pada penelitian ini antara lain ialah:

1. Objek yang diteliti berupa atribut desain skuter Vespa bagian luar.
2. Skuter Vespa yang diteliti ialah skuter Vespa *non-racing* dari tahun 1946-2021 di Yogyakarta.
3. Responden yang diteliti ialah konsumen skuter Vespa di kota Yogyakarta.

## **D. Hipotesis Penelitian**

Atribut karakter desain skuter Vespa yang konsisten dan menjadi identitas Vespa di Yogyakarta adalah rangka (*body*) utama Vespa.

## **E. Tujuan dan Manfaat**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi konsistensi atribut karakter desain skuter Vespa.
2. Memperoleh gambaran pembentukan identitas skuter Vespa melalui konsistensi atribut karakter skuter Vespa.

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, manfaat dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan dampak bagi peneliti selanjutnya, perusahaan maupun desainer. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penelitian Selanjutnya  
Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan dapat dikembangkan menjadi lebih baik.
2. Bagi Perusahaan  
Menjadi pedoman dalam pembentukan identitas pada mereknya guna menghadapi persaingan pasar.



### 3. Bagi Desainer

Memberikan wawasan agar dapat mendesain produk dengan karakter dan ciri khas tersendiri secara konsisten agar konsumen lebih mudah dalam membedakannya dari produk pesaing.

